



UN AIUTO CONCRETO NELLA SPESA

Uniconop Firenze tutela
da sempre i carrelli
delle famiglie,
oggi ancora di più.



IN QUESTO NUMERO:

- La Cooperativa tutela da sempre il potere di acquisto di Soci e clienti
- Il nostro Campus è stato inaugurato
- “Spogliamoci degli stereotipi” il nuovo intimo a marchio Coop
- Il negozio di Santa Croce si rinnova: scopriilo dalla voce dei nostri colleghi



IN PRIMO PIANO

02 La Cooperativa tutela da sempre il potere di acquisto di Soci e clienti.

APPROFONDIMENTO

04 La Toscana e noi. Unicoop Firenze contribuisce al PIL regionale per 1,2 miliardi di euro.

08 Il nostro Campus fa scuola. Uno spazio tutto nuovo dedicato alla formazione dei nostri lavoratori.

10 Settore No Food: che Stile! Tante novità alla moda per l'intimo e la calzetteria a marchio Coop.

INIZIATIVE E NOTIZIE

06 Teniamoci aggiornati! Ecco le iniziative e le novità da non perdere di vista.

I NOSTRI NEGOZI

12 Negozio nuovo, valori di sempre. Il negozio di Santa Croce sull'Arno rinnovato per i suoi clienti.

I NOSTRI REPARTI

14 Un mondo fatto di freschezza. Immergiamoci nel reparto Libero Servizio: Direzione Merci e Direzione Acquisti si raccontano.

NOI

16 Bel lavoro, ragazzi! La "vecchia guardia" di Empoli si racconta.

CI SCRIVE...

18 Enrica Della Martira. "Da Coop.fi, con spensieratezza e gentilezza".

ACCANTO A TE

19 MYWelfare. Questo mese parliamo dell'iniziativa "Stare insieme è una passeggiata!".

SOLIDARIETÀ

20 Eventi e momenti. La Fondazione Il Cuore si scioglie si racconta durante la mostra dei 50 anni di Unicoop Firenze.



LA COOPERATIVA TUTELA DA SEMPRE IL POTERE DI ACQUISTO DI SOCI E CLIENTI

Unicoop Firenze, nell'ambito del Protocollo Antiinflazione sottoscritto con il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, mette in campo, fino al 31 dicembre, nei negozi Coop.fi un'operazione straordinaria per calmierare i prezzi.

La nostra Cooperativa spinge al massimo l'impegno sulla convenienza con un piano di blocco prezzi e di prezzi ribassati che annulla l'inflazione, permettendo alle famiglie di scegliere da un paniere di prodotti molto ampio, messo a punto per rispondere alle esigenze di tutti i consumatori.

L'iniziativa convenienza, fino al 31 dicembre, riguarderà **1.600 prodotti** di largo consumo a marchio Coop, scelti tra quelli maggiormente presenti nella spesa quotidiana delle famiglie, nello specifico:

- **600 prodotti** saranno a scaffale con un **prezzo ribassato del 10%**, uno sconto che sostanzialmente annulla l'inflazione degli ultimi 12 mesi che, per i beni alimentari, per la cura della casa e della persona, è stata pari al 9,4% (Istat, Prezzi al consumo agosto 2023).
- **1.000 prodotti** contrassegnati dal carrello tricolore, avranno il **prezzo bloccato**.

La duplice operazione interessa i Prodotti a Marchio Coop che già garantivano un risparmio anche fino al 30% rispetto ai rispettivi prodotti di marca.

Nel paniere degli oltre 600 prodotti ribassati del 10% figurano beni di primaria necessità alimentari e non alimentari. Saranno presenti sia prodotti industriali che freschi e freschissimi: pasta, pelati, caffè, uova, latte, formaggi e ancora pannolini e prodotti per neonati, prodotti per la cura della persona e la pulizia della casa, attingendo da tutte le linee del Prodotto a Marchio Coop per rispondere alle esigenze più diverse.



La scelta adottata sugli oltre 1.000 prodotti a prezzo bloccato include più di 40 categorie merceologiche di prodotti industriali e freschi (di fatto il 40% dell'assortimento).

Queste importanti iniziative si aggiungono a quelle in corso dei **buoni sconto da 5€**, degli **sconti sulle Grandi Marche**, dei **vantaggi per i Soci per il Cinquantesimo** di Unicoop Firenze e degli **sconti legati al piano anti-inflazione** per un investimento complessivo sostenuto dalla Cooperativa di **oltre 10 milioni di euro**.

"Difendere la spesa quotidiana e dare un sostegno concreto ai nostri Soci e clienti è, per noi, una decisione necessaria, legata all'essere Cooperativa e, quindi, a mettere in campo le regole del mutuo soccorso nel momento di maggiore bisogno delle persone e delle famiglie. Per fare questo, offriamo prodotti di qualità alle migliori condizioni di mercato, per soddisfare le necessità primarie".

TRIMESTRE ANTI-INFLAZIONE

Difendiamo la spesa di tutti sempre. Questo trimestre ancora di più.

Coop aderisce al Trimestre anti inflazione con aiuti concreti alla vostra spesa quotidiana. L'impegno per la convenienza e la qualità non si ferma mai. Soprattutto adesso.

-10%
SU
600
-PRODOTTI COOP-

PREZZI BLOCCATI
SU PIÙ DI
1000
-PRODOTTI COOP-

— DAL 1 OTTOBRE AL 31 DICEMBRE —

La disponibilità dei prodotti varia in base all'assortimento del punto vendita.

UNA BUONA SPESA PUÒ CAMBIARE IL MONDO

coop.fi

Scarica **MYA**, l'App di noi lavoratori di Unicoop Firenze



Per noi che ci lavoriamo.



LA TOSCANA E NOI

Unicoop Firenze contribuisce al PIL regionale per 1,2 miliardi di euro.

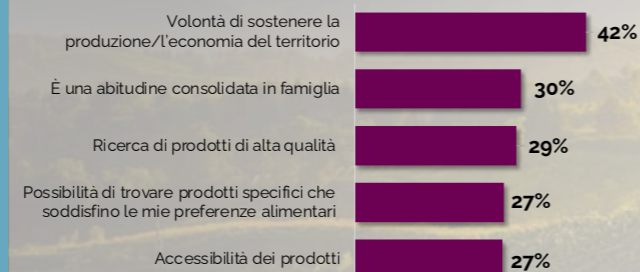
Un convegno dedicato all'economia toscana e all'importante ruolo di Unicoop Firenze in questo ambito.

Come va l'economia toscana e in quale quadro macro-economico si colloca? Qual è il contributo di Unicoop Firenze all'economia regionale e alla valorizzazione del territorio? Dopo la scossa inflattiva e il carovita degli ultimi due anni, come sono cambiati i consumi dei toscani e come cambieranno da qui in poi? Che valore riveste la sostenibilità ambientale nelle scelte dei consumatori? Queste le domande a cui risponde la sesta edizione del convegno La Toscana e Noi, che si è tenuto alla Stazione Leopolda di Firenze, nell'ambito degli eventi in calendario per i 50 anni di Unicoop Firenze.

Due ricerche, curate da **Nomisma e Irpet**, hanno fatto luce sui numeri dell'economia e sul valore aggiunto delle attività della Cooperativa, approfondendo le nuove **tendenze di consumo in Toscana**, alla luce del **carovita** e della perdita del potere di acquisto, ma anche della rilevanza del **tema ambientale**.

Mangiare toscano significa sostenere l'economia del territorio... 8 su 10
Toscani che sono disposti a pagare di più per un prodotto regionale rispetto ad un prodotto analogo industriale

LE MOTIVAZIONI DI CONSUMO DEI PRODOTTI REGIONALI
Quali sono le principali motivazioni che la spingono ad acquistare prodotti alimentari tipici della Toscana?, risposta multipla



% calcolate su consumatori toscani
Fonte: Consumer Survey Nomisma per Unicoop Firenze

Daniela Mori, Presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze, nel suo intervento conclusivo, ha sottolineato l'importanza della nostra presenza nella regione, che resta salda con un contributo al PIL di circa **1,2 miliardi**.

"... In un quadro complesso, di consumi in frenata e difficoltà delle famiglie, i consumatori toscani si mostrano particolarmente attenti alla **provenienza toscana** e alla **sostenibilità** dei prodotti della spesa quotidiana. È in questa direzione che andrà la nostra azione, con un impegno ancora maggiore su ambiente, filiere, territorio, lavoro, in parallelo con un forte investimento sulla **convenienza**, per difendere la spesa quotidiana e proteggere i bisogni primari delle famiglie".

La ricerca di Nomisma

L'analisi di Nomisma parte dall'illustrazione del quadro macro-economico, che vede un'economia mondiale in rallentamento nel 2023 (+3,0% la stima della crescita del PIL rispetto al 2022) e che coinvolge anche le principali economie europee, Italia inclusa che, si stima, chiuderà il 2023 con una crescita del PIL nazionale di appena il +0,8% dopo i forti rimbalzi post-pandemia.



I numeri della Toscana

Anche la Toscana sarà coinvolta in questo rallentamento. Dopo un 2022 in cui la regione ha registrato un'espansione del PIL del +4,1%, grazie soprattutto al turismo, oggi la Toscana deve poi fare i conti con i prezzi delle materie prime che continuano a impattare sulle imprese agroalimentari (e non solo).

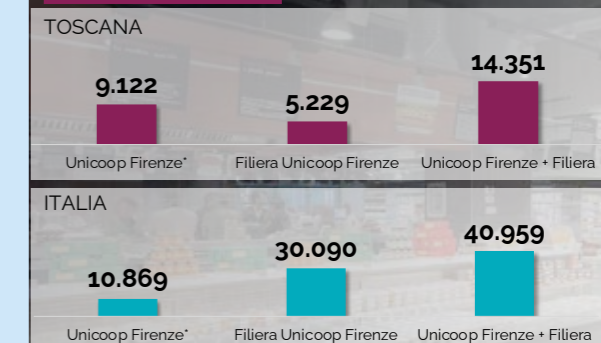
Il ruolo di Unicoop Firenze in Toscana

In questo contesto **Unicoop Firenze** contribuisce in modo decisivo all'economia regionale e alla valorizzazione del territorio. Nello specifico, le sue filiere hanno prodotto un indotto nel **2022** andando al di là dei confini regionali e coinvolgendo anche il resto dell'Italia, tramite le importazioni di beni e servizi. Nel 2022 l'attività commerciale e la filiera hanno generato in Italia un valore di **2,8 miliardi** di euro.

Anche in termini **occupazionali** il dato è significativo: Unicoop Firenze, che ha **8.261 dipendenti** al **31 dicembre 2022** raggiunge con occupazione associata indiretta e indotta oltre **14,3 mila persone**. Agricoltura e industria alimentare sono i settori che beneficiano maggiormente delle forniture della Cooperativa, per oltre il 53%.

Anche il ruolo giocato in termini occupazionali è significativo

OCCUPAZIONE ASSOCIATA IN MODO DIRETTO, INDIRETTO ED INDOTTO ALL'ATTIVITÀ DI UNICOOP



*Attività di intermediazione commerciale e produzione diretta di beni
Fonte: elaborazioni Nomisma su stime modello input-output IRPET

Inflazione, carovita e indici di convenienza

L'ondata inflattiva e il carovita hanno avuto un forte impatto sulle famiglie e sui **consumi**: la crescita dei prezzi negli ultimi due anni ha eroso il **potere di acquisto** degli italiani, che si è ridotto di **6.700 euro pro capite**. A fronte di un'inflazione che non arresta la sua crescita, nei prossimi mesi le intenzioni di spesa degli italiani avranno una brusca inversione di rotta. Dai dati **NielsenIQ** emerge in questo contesto difficile che Unicoop Firenze, a conferma del suo ruolo nel calmierare i prezzi nel territorio dove opera, è tra le insegne presenti nelle dieci province **più convenienti d'Italia** nel 2022. Di queste, **quattro** sono coperte dalla rete di vendita di Unicoop Firenze (Arezzo, Firenze, Pistoia e Prato).

L'esposizione della economia italiana in termini di valore aggiunto all'attività di Unicoop Firenze e alla sua filiera



*Attività di intermediazione commerciale e produzione diretta di beni
Fonte: elaborazioni Nomisma su stime modello input-output IRPET



TENIAMOCI AGGIORNATI!

Ecco le iniziative e le novità da non perdere di vista.

UNICOOP FIRENZE PROSEGUE CON LE INIZIATIVE A TEMA "UNA BUONA SPESA".

Scopri i dettagli dell'iniziativa.



Dal 16 ottobre, in tutti i punti vendita Unicoop Firenze, con cadenza settimanale i Soci e i clienti che acquisteranno prodotti dei nostri valori (Una Buona Spesa) riceveranno **ogni 15€ un buono sconto da 5€**, che la settimana successiva potrà essere speso ogni 30€ su tutta la spesa.

Il punto vendita di fruizione può essere differente da quello di erogazione. **È prevista circolarità tra i negozi di Unicoop Firenze e di Terre di Mezzo.**

Il calendario prevede quattro settimane di promozione.



Andrea Timpano ci parla dell'iniziativa in corso.

1° APPUNTAMENTO dal 16 al 22 ottobre.

Ogni **15€** e multipli spesi in un unico scontrino, acquistando prodotti di aziende toscane, ecologici, biologici, frutta e verdura fresche, Prodotti a Marchio Coop, contrassegnati dal cartellino rosso "Una Buona Spesa", verrà consegnato a Soci e clienti **un buono verde da 5€ e un bollino**.



La settimana successiva, **dal 23 al 29 ottobre**, si potrà utilizzare il buono ogni 30€ e multipli su tutta la spesa.

2° APPUNTAMENTO dal 13 al 19 novembre.

Si ripeterà con le stesse caratteristiche del primo e vedrà la possibilità di spendere **i buoni viola da 5€** nella settimana successiva, dal **20 al 26 novembre**, ogni **30€** e multipli su tutta la spesa.



UNA BUONA SPESA, ANCHE CON I PRODOTTI LIBERA TERRA.

Nel periodo che va dal 12 fino al 25 ottobre, inoltre, sui prodotti **Libera Terra** evidenziati in punto vendita, ci sarà **uno sconto del 20%**. Un aiuto concreto alla spesa di ognuno e per le cooperative che lavorano i terreni confiscati alle mafie.



PER I SOCI, I VANTAGGI NON FINISCONO MAI!

Dal 16 al 22 ottobre e dal 13 al 19 novembre, i Soci con i buoni da 5€ raccoglieranno anche i bollini "Una Buona Spesa". Per ogni scheda completata, riceveranno **un buono da 15€** spendibile dal **27 novembre al 10 dicembre** ogni **50€** e multipli su tutta la spesa.

Se sono stati conservati i bollini "Una Buona Spesa" del precedente appuntamento, possono essere utilizzati adesso.



Prosegue il racconto sul Centro Carni: ascolta qui!

AL CENTRO DELLA QUALITÀ. CONTINUIAMO A RACCONTARE IL CENTRO CARNI.

In questo numero pubblichiamo **la seconda parte dell'intervista** che abbiamo fatto ai **colleghi del Centro Carni di Pontedera: Ilenia Baronti**, Ufficio Qualità e Produzione e **Lorenzo Bracci** Assistente Responsabile Pianificazioni e Approvvigionamento.

Il racconto di **Ilenia**, medico veterinario, narra l'attenzione che viene data alle regole igienico sanitarie dall'Ufficio Qualità all'interno del Centro Carni, ma anche il loro ausilio ai colleghi dei punti vendita.

Lorenzo, Assistente Responsabile Pianificazioni e Approvvigionamento, è riuscito a trasmetterci la complessità del suo lavoro che, grazie alla professionalità, riesce a garantire la giusta attenzione a tutto il processo che parte dall'approvvigionamento dei capi fino alla fase di ordine.





IL NOSTRO CAMPUS FA SCUOLA

Uno spazio tutto nuovo dedicato alla formazione dei nostri lavoratori.

La Cooperativa ha a cuore lo sviluppo e la crescita professionale delle sue persone, non solo come valore in sé, ma anche perché ritiene che sia un aspetto importante per il progresso della sua organizzazione e del territorio in cui opera. Da qui nasce il Campus, un vero e proprio centro di formazione dedicato ai lavoratori di Unicoop Firenze, situato davanti al nostro negozio di Lastra a Signa, inaugurato giovedì 14 settembre.

La nascita del Campus segna un traguardo importante collegato alla People Strategy della nostra Cooperativa, soprattutto se pensiamo alle nuove opportunità di apprendimento, di crescita personale e professionale per chi lavora in Unicoop Firenze.

L'apertura del Campus rientra infatti nel più ampio progetto di Academy, progettata come un ampio ecosistema per l'apprendimento, quindi una somma di luoghi, spazi fisici e virtuali, dove si incontrano persone, docenti, addetti ai lavori, per realizzare momenti e attività di formazione, in presenza, a distanza, in tante modalità diverse, dalle più tradizionali a quelle più creative e innovative.

Il valore aggiunto del Campus starà, dunque, nell'essere uno spazio unico e riconoscibile in cui creare continue occasioni di apprendimento, individuale e collettivo, che possano andare anche oltre le specifiche competenze di ruolo e che puntino a creare uno scambio e una crescita professionale, ma anche culturale, all'interno dell'organizzazione e a rafforzare il senso di appartenenza alla Cooperativa. Per questa ragione è stato pensato come un ambiente che favorisca lo scambio e la valorizzazione della diversità, dove, accanto a spazi più tradizionali, ne troviamo altri pensati per facilitare lo scambio di idee, attività progettuali ed esperienziali.

La collocazione non è casuale, si trova vicino a un punto vendita con il quale sono state pensate importanti sinergie, soprattutto con la realizzazione di un laboratorio mestieri che rappresenterà il secondo fondamentale step di sviluppo del Campus.

Le attività che ci aspettano al Campus

Tante le attività che potremo sperimentare all'interno del Campus: confronto fra esperienze diverse, brainstorming e focus group, team building, rielaborazione dell'apprendimento su campo, aggiornamento delle competenze tecnico-professionali, ma anche realtà virtuale, gamification e metodologie blended.



Ascolta l'intervista a Fabrizio Guerrini, Direttore Persone.

La nostra formazione



105 percorsi di on boarding e inserimento in percorso di sviluppo interno per le sedi, nelle diverse famiglie professionali.

110 percorsi

attivati per figure di responsabilità nei punti vendita.



7.533 persone coinvolte in attività di formazione professionale, sviluppo al ruolo, upskilling e reskilling di competenze tecnico-specialistiche e trasversali, formazione mestieri e formazione obbligatoria.

253.000 ore

di formazione erogate, pari a 34 ore ogni dipendente con attività formative realizzate in aula, fisica e virtuale, in modalità e-learning, on the job, esperienziale e outdoor.



6,9 milioni di euro investiti in formazione.

*Dati riferiti al 2022.



Taglio del nastro per inaugurazione Campus Unicoop Firenze.

Da sinistra: **Fabrizio Guerrini**, Direttore Persone - **Rossella Molinari**, Responsabile Selezione, Sviluppo e Formazione - **Manola Manini**, Responsabile Comunicazione Interna e Relazioni RU - **Daniela Mori**, Presidente Consiglio di Sorveglianza - **Michele Palatresi**, Presidente Consiglio di Gestione.

Viviamo insieme l'inaugurazione del Campus!



SETTORE NO FOOD: CHE STILE!

Tante novità alla moda per l'intimo e la calzetteria a marchio Coop.

Importanti cambiamenti hanno influenzato la nostra vita e i Prodotti a Marchio sono stati ripensati in un'ottica di innovazione, nel rispetto della qualità e dell'etica, elementi che da sempre li contraddistinguono.

La rivoluzione che ha visto come protagonisti i Prodotti a Marchio Coop è tuttora in corso. Sono già 2.500 i nuovi articoli arrivati tra gli scaffali e saranno 5.000 a conclusione del progetto, prevista per il 2024.

Martedì 26 settembre si è svolto, presso Scuola Coop a Montelupo Fiorentino, un incontro con le Cooperative dove sono state presentate le ultime novità sui Prodotti a Marchio Coop.

Ha aperto la giornata Maura Latini, Presidente di Coop Italia, che ha illustrato il percorso evolutivo del Prodotto a Marchio nella valorizzazione delle iniziative volte alla parità di genere e dell'inclusività.



Intervista a Maura Latini, Presidente di Coop Italia.

Hanno fatto seguito gli interventi di:

Flavia Brevi, Fondazione Libellula, che ci ha illustrato come le aziende possono contribuire alla rappresentazione più ampia e inclusiva dei corpi, legandosi alla nuova campagna Intimo Coop. Quest'ultima è stata introdotta da **Anna Maria Fabbri**, Direttrice commerciale No Food Coop Italia, che ha fatto un approfondimento sul piano di sviluppo del Prodotto a Marchio Coop con un focus specifico sull'intimo.



Le campagne di supporto al lancio delle nuove linee d'intimo e della linea Cosmecos sono state illustrate da **Sara Taschera**, Responsabile Comunicazione Coop Italia.

Nel pomeriggio sono state mostrate le linee complete con tutte le novità legate all'intimo.

"Dopo l'inserimento dei Prodotti a Marchio Coop nella parte alimentare, anche per il settore non alimentare ci sono delle grandi novità", ha sottolineato **Francesco Guasti**, Business Manager No Food di Unicoop Firenze.

"Inizieremo a vedere, all'interno dei nostri negozi, un'offerta rinnovata. **Il settore maggiormente cambiato è quello dell'intimo**, che troveremo completamente **aggiornato tra il mese di ottobre e di novembre**, con un **assortimento di prodotti basilici e importanti novità sui capi di tendenza, sullo sportivo e la caratterizzazione per fasce di età**.

Il Socio e il cliente che si avvicinano allo scaffale per la scelta del capo intimo, troveranno nel Prodotto a Marchio un articolo in grado di soddisfare ogni fisicità e comfort".

Nello studio delle nuove proposte, molte sono state le componenti che hanno indirizzato le valutazioni e le conseguenti scelte. Nell'intimo, ponendosi dal punto di vista del Socio e del cliente, un focus importante di valutazione è stato **"ripensare l'approccio allo scaffale"**.

Dovrà essere **semplice e intuitivo**, con una classificazione per funzione (parti basse, maglieria, reggiseno), per poi indicare dei plus di prodotto, come ad esempio la linea green (cotone bio) o quella sportiva, che creeranno macchie di colore all'interno dello scaffale, per un layout più fresco e interessante (le Fantasie, Invisibile, Sport, Stagionale termico e una linea dedicata a un pubblico plus size).

L'intimo Coop si farà portavoce di un messaggio importante. Ridisegnato completamente scegliendo di ribellarsi all'omologazione dei corpi, rappresentati sempre magri e in perfetta forma, parla a tutti i tipi di corpi e mette in scena le più differenti fisicità proponendo **"Spogliamoci degli stereotipi"**. Non più i soliti modelli e le solite modelle, ma corpi autentici di persone reali, che sorridono libere dal giudizio altrui e fiere del proprio aspetto. Body positivity data, quindi, da un intimo che **"Ti sta bene e ti fa stare bene"**: questo è l'altro messaggio che accompagnerà le nuove proposte nei punti vendita.

Tutti i prodotti hanno l'attestazione Oeko-Tex 100, un sistema di controllo e certificazione internazionale che garantisce nei tessuti e nelle varie fasi di lavorazione il monitoraggio sulla presenza di sostanze nocive e il conseguimento di determinati requisiti ecologici. Grande attenzione per le proposte a Marchio Coop con numerosi controlli sui prodotti intimi, come per esempio la resistenza del colore, alla trazione o il titolo del filato per valutarne la finezza.



Francesco Guasti, Business Manager No Food di Unicoop Firenze, racconta il progetto.



NEGOZIO NUOVO, VALORI DI SEMPRE

Il negozio di Santa Croce sull'Arno rinnovato per i suoi clienti.

La prima impressione è quella che conta: un detto a dir poco veritiero, se riferito a ciò che abbiamo visto appena entrati nel "nuovo" negozio di Santa Croce sull'Arno, dove siamo stati accolti da volti illuminati dal sorriso.

Apochi giorni dalla riapertura, l'atmosfera è frizzante, grazie ai dipendenti che lavorano con il cuore dando importanza e significato anche al più piccolo gesto quotidiano, mentre gli occhi brillano ancora increduli per il risultato ottenuto.

Il punto vendita è dedicato a una **spesa quotidiana** e mette al centro **la freschezza dei prodotti, il territorio e i servizi per Soci e clienti.**

La ristrutturazione è stata pensata anche per rinforzare la funzione di servizio del punto vendita, infatti a partire dal mese di novembre, nell'ala ovest dell'edificio troverà spazio



Il taglio del nastro si è svolto giovedì 21 settembre, hanno presenziato **Giulia Deidda**, Sindaco di Santa Croce sull'Arno, **Daniela Mori**, Presidente del Consiglio di Sorveglianza di Unicoop Firenze e **Angela Bagagli**, Presidente della Sezione Soci Coop Valdarno inferiore.

la **Farmacia Comunale 2** che, oltre alla vendita di medicinali, offrirà al pubblico anche diverse altre attività tra cui i servizi di telemedicina, di autoanalisi e l'area CUP.

Particolare l'attenzione data all'adeguamento sismico e all'efficientamento energetico, di cui fa parte anche il nuovo **impianto frigo con centrale a CO₂**, in linea con le norme internazionali.



Scopriamo il negozio come nuovo dalle voci dei colleghi.

Uno degli interventi più significativi è stata l'installazione di un impianto fotovoltaico a garanzia di risparmio energetico e riduzione dell'impatto ambientale.

In questo clima di festa abbiamo chiesto alla Direttrice **Letizia Citi**, ai colleghi **Monica Francesconi**, addetta Generi Vari, Non Alimentari e Casse, **Ester Magnani**, addetta Salumi, Latticini e Surgelati, **Erica Grassi**, addetta Forneria e **Andrea Bacciardi**, addetto Carni e Pescheria, di raccontarci le loro impressioni.

Dalle loro parole, che hanno toccato gli aspetti più variegati e personali, sono emerse emozioni e riflessioni legate al percorso di ascolto e formazione che ha accompagnato tutte le fasi della ristrutturazione.

Il valore più grande, in cui si fondono tutti quei principi che da 50 anni rendono unica la nostra Cooperativa, equivale all'importanza che viene data alle persone.



Territorio e contesto

La città di **Santa Croce sull'Arno**, situata nel Valdarno inferiore, si trova in una posizione strategica tra le città di Pisa e Firenze e lungo il **fiume Arno** che ne ha determinato lo sviluppo e la crescita.

Un piccolo nucleo di case era presente fino dal 1.200 che si ampliò nel corso dei secoli, sviluppandosi prima nelle agricolture fino allo sviluppo dell'**industria conciaria**. Nella seconda metà dell'Ottocento il distretto conciario di Santa Croce iniziò la sua espansione fino a essere identificato come uno dei **più importanti e produttivi della Toscana**.

La regione Toscana ha eletto come **area specialistica** il distretto industriale del cuoio, delle pelli e delle calzature di Santa Croce, in cui si realizza circa il **98% della produzione italiana di cuoio da suola**.

La manifestazione pubblica di maggior richiamo è il Carnevale, che per la bellezza e la cura dei minimi particolari dei suoi costumi si è conquistato l'appellativo di "**Carnevale d'Autore**". Questo anno si è svolta la 92ª edizione che ha visto centinaia di maschere artigianali, spesso realizzate interamente in pelle, sfilare nelle vie e nelle piazze del centro storico in un trionfo di colori e coreografie.

La città è stata riconosciuta come uno dei "**Piccoli 100 comuni**" e ha ottenuto dall'Unicef la qualifica di "**Città amica dei bambini e delle bambine**" grazie all'impegno speso nel rendere le direttive della "Convenzione ONU sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza".





UN MONDO FATTO DI FRESCHEZZA

Immergiamoci nel reparto Libero Servizio: Direzione Merci e Direzione Acquisti si raccontano.

Il mercato fa tendenza anche per quel che riguarda la sfera alimentare. Negli ultimi anni le caratteristiche e le richieste dei consumatori sono molto cambiate portando in primo piano prodotti e necessità che si collegano a benessere e salute. La Cooperativa si è fatta trovare preparata nel dare risposta presentando sui propri scaffali una proposta ampia e variegata.

Abbiamo incontrato i colleghi **Ilaria Cioni**, Category Manager Salumi e Latticini formati di riferimento, **Elena Paolillo**, Category Manager Salumi e Latticini formati di prossimità della Direzione Merci e i Buyer PLS **Claudia Calvelli** e **Simone Ferrisi** della Direzione Acquisti.

Ci hanno raccontato, attraverso la narrazione di uno dei prodotti più richiesti e più attivi sul mercato, la forza della sinergia presente nel loro lavoro, dove si attivano professionalità e competenze, all'interno di una squadra in cui ogni parte si interseca e contribuisce allo sviluppo dell'altra.

“Due mesi prima del momento della revisione di una categoria, iniziamo con una fase di ricerca di prodotti innovativi e una selezione delle proposte più interessanti da parte dei fornitori”, specificano **Claudia e Simone**.

“**La curiosità nel nostro lavoro è un elemento imprescindibile che ci guida nel raggiungimento della soddisfazione dei bisogni dei Soci e consumatori:** più siamo curiosi più riusciamo a intuire eventuali nuove tendenze e a tradurle in

una proposta per i Category. Vagliamo le proposte che ci arrivano dai nostri fornitori e, insieme a queste, anche quelli più particolari, come prodotti di nicchia, prove di brand poco conosciuti e, se il test funziona, valutiamo l'inserimento in assortimento. Raccogliamo idee, tendenze del mercato e le proponiamo a Ilaria e Elena”.

Ilaria e Elena hanno dettagliato: “**Il nostro ruolo di Category è legato alla gestione dell'assortimento e del pricing dei punti vendita.**

Da parte nostra riceviamo una serie di informazioni analitiche che ci aiuta a orientarci sulle scelte considerando fattori quali: gli andamenti delle vendite, le quote di mercato e la fedeltà del cliente ai brand.

La nostra valutazione deve tenere in considerazione anche il vincolo dello spazio a disposizione dei banchi frigo, all'interno dei nostri punti di vendita, che va considerato insieme con le richieste della specifica clientela, per valutare una gestione corretta degli articoli e presentare un'offerta variegata e mirata sul formato e sullo spazio effettivo del negozio in questione.

Siamo una squadra in costante collaborazione con tutti i colleghi dei punti di vendita, che ci offrono un punto di vista per noi molto importante. Il confronto non è presente solo nel momento in cui dobbiamo portare a termine una vera e propria revisione dell'assortimento, ma è quotidiano.

Per fare un esempio del nostro lavoro, facciamo un focus sulla categoria degli yogurt, comparto in grande espansione.

Gli yogurt, in ambito salutistico, sono una delle categorie più in crescita negli ultimi anni.

La sempre maggiore attenzione al benessere da parte dei nostri clienti ci ha indotto a incrementarne la presenza anche nei negozi di prossimità.

La categoria rispetto anni fa, quando le vendite si focalizzavano soprattutto in primavera ed estate, è presente in modo attivo tutto l'anno.

Facendo una sintesi del processo, la parte acquisti, ossia **i nostri Buyers, sono l'interfaccia della Cooperativa verso l'esterno, in particolar modo nel rapporto con i fornitori/produttori attraverso i quali per primi recepiscono dal mercato le proposte e le nuove tendenze**”, specifica **Ilaria**.

“Noi come Category abbiamo un confronto costante e un contatto diretto con i colleghi dei punti vendita e di altri uffici, come per esempio il Marketing, che ci mette a disposizione una serie di analisi dalle quali possiamo trarre indicazioni che condividiamo con i nostri Buyers per la ricerca di prodotti.

Il contatto con i punti vendita è prezioso e avviene attraverso gli Ispettori e anche direttamente con i colleghi di reparto, Capireparto e addetti.

È grazie anche al loro supporto, raccogliendo segnalazioni dirette da Soci e clienti, che possiamo perfezionare le nostre proposte e quindi soddisfare maggiormente entrambi.

Il ruolo delle persone è il valore più importante”.



I nostri colleghi Roberto Lelli, Caporeparto PLS del negozio di Figline e Olivares Maite Nayiver addetta reparto PLS del negozio di Firenze Isolotto ci raccontano il reparto. Ascoltiamoli qui!



Da sinistra: **Annalisa Cittadini**, Business Manager Gastronomia, Salumi e Latticini - **Maurizio Perruzza**, Ispettore Gastronomia, Salumi e Latticini - **Silvia Parenti**, Ispettrice Gastronomia, Salumi e Latticini - **Ilaria Cioni**, Category Manager Salumi e Latticini formati di riferimento - **Alessio Damiani**, Ispettore Gastronomia, Salumi e Latticini - **Claudia Calvelli**, Buyer PLS - **Marina Cascio**, Ispettrice Gastronomia, Salumi e Latticini - **Elena Paolillo**, Category Manager Salumi e Latticini formati di prossimità - **Simone Ferrisi**, Buyer PLS.



BEL LAVORO, RAGAZZI!

La “vecchia guardia” di Empoli si racconta.

Con ilarità e ricordi felici, questo mese ci salutano i colleghi che sono stati l'anima pulsante del negozio di Empolone.

Abbiamo raccolto delle pillole dai loro racconti commossi e pieni di gioia.

Roberto Masini, il più giovane in Cooperativa?

La mia storia in Cooperativa è stata breve, ma intensa.

Negli anni che hanno preceduto il mio arrivo in Unicoop Firenze ho lavorato per un'azienda di Bolzano, dopo aver svolto l'attività di agente di commercio.

Nel mio primo giorno pensavo di andare in Gastronomia, invece sono stato assegnato alla Forneria.

Lo ricordo bene perché **era il 30 dicembre** con il negozio in pieno fermento per la fine dell'anno. Non ho un passato come gli altri, la mia esperienza è stata più breve.

Mi è rimasto **un ottimo ricordo dei colleghi** e non solo del mio reparto. Grazie al mio lavoro precedente ero abituato al contatto con le persone, facevo il venditore e questo mi ha dato una buona base di partenza per poter svolgere il compito di **banconista reparto Forneria** che mi era stato affidato.

I colleghi pensionati del negozio di Empoli via Sanzio.

Da sinistra: **Roberto Masini, Carlo Allegri, Ivano Tani, Roberto Tempestini e Stefano Mazzantini.**

Stefano Mazzantini, riesci a riassumere la tua “Cooperativa”?

Sono entrato a lavorare alla Coop nel lontano **marzo del 1981**, avevo 17 anni e sono sempre stato in forza al **reparto Generi Vari**, praticamente ho passato una vita ai Generi Vari.

Eravamo tutti molto giovani, ragazzi di 20, 25 anni e da quel momento per **42 anni** i miei ricordi sono legati alla Coop.

Ho iniziato nel negozio di **Empoli in via della Repubblica** e poi, quando ha aperto **Empolone**, sono venuto qua con gli altri dipendenti: tanti i ricordi con colleghi e tantissimi direttori.

Cambiamenti ce ne sono stati tanti, l'elemento più importante è la **forza della squadra**:

un aspetto che si è conservato nel tempo.

C'è sempre stato un grande rispetto e tanta voglia di essere sempre pronti a darsi una mano a vicenda.

**I NOSTRI ANNI IN COOPERATIVA:
BELLI, PIENI DI ESPERIENZE
E PASSATI IN UN SOFFIO!**



Roberto Tempestini, vorresti raccontarci qualcosa dei tuoi anni trascorsi nei nostri negozi?

Ho iniziato a **Empoli, prima in via della Repubblica e poi a Empoli Sanzio dal 1983**.

La mia vita in Cooperativa ha preso il via nel **reparto Ortofrutta**, poi sono passato ai **Generi Vari**.

Ricordo di essere arrivato nel nuovo grande negozio di Empoli prima dell'apertura perché fui coinvolto per la gestione del display da Otello Bassi.

Mi passano nella mente mille ricordi, in tutto questo tempo ovviamente le regole sono cambiate e anche le modalità.

Adesso, che sono in pensione, posso dire che in tutto il mio percorso lavorativo **sono sempre “ripartito” ogni lunedì mattina, per 40 anni con il sorriso, senza sentire nessun peso e, soprattutto, con la consapevolezza che tutti questi anni siano passati in un soffio.**

Roberto Tempestini, Ivano e Stefano ci raccontano un aneddoto.

Quando avevamo 20 anni fu creata una **squadra di calcio** perché venne organizzato un torneo tra tutte le realtà produttive di Empoli, tra cui anche la Cooperativa.

La sera, una volta terminato di lavorare, andavamo a un campo che avevamo preso in affitto per fare gli allenamenti; dopo andavamo tutti insieme a mangiare tra sorrisi e chiacchiere.

Il torneo andò per il meglio perché arrivammo alla finale che venne giocata, davanti a tutta la città, allo stadio Castellani e noi vincemmo.

Ci ricordiamo ancora **l'esultanza di Campaini** sugli spalti.



**Roberto, Ivano e Stefano:
rincorrendo i ricordi e il pallone.
Ascoltiamo il loro aneddoto!**

Carlo Allegri, anche tu sei sempre stato nel negozio di Empoli?

Io sono entrato nel **1987** sotto Unicoop Pontedera e poi sono passato in Unicoop Firenze al momento della fusione.

Il mio reparto è stato sempre la Macelleria, partendo dal negozio di **Santa Croce**, dove sono stato per 23 anni, per arrivare a **Empoli** dove ho passato gli ultimi sette anni della mia carriera.

Nella prima settimana in cui sono arrivato a Empoli ero guardato in modo schivo perché ero un ex Caporeparto.

Per questo sono nate domande su quale fosse il mio ruolo effettivo: il Caporeparto presente al momento doveva andare in pensione e si vociferava che potessi prendere il suo posto.

Tutte le chiacchiere sono state sopite, perché sono arrivato da addetto e così sono rimasto.

L'esperienza diversa l'ho vissuta come referente qualità del negozio, sotto la direzione di Rosella Rocchi.

Ivano Tani, possiamo dire che la tua carriera ti ha portato a vivere esperienze in negozi diversi della Cooperativa?

Ho sempre fatto il macellaio dai **primi di maggio 1981**.

Sono entrato alla Coop di **Gambassi Terme** dove ho trascorso due anni in un negozio tradizionale composto solo da quattro persone: la cassiera, due macellai e il gastronomo.

Poi sono venuto a Empoli nel negozio di **via della Repubblica**. Ho avuto la fortuna di partecipare all'apertura **dell'Ipermercato di Montecatini** e del negozio di **Firenze via Cimabue**.

Sono andato in pensione senza concedermi un giorno di stacco perché dopo le ferie non sono più rientrato!

Ricordi ne ho tanti poiché cominciando a 16 anni a lavorare in un negozio tradizionale dove conosci per nome i clienti, passi la giornata con tanti colleghi e Capireparto.

Rimpianti non ne ho, solo bei ricordi della mia vita in Cooperativa.



Enrica Della Martira “Da Coop.fi, con spensieratezza e gentilezza”

Fare la spesa: un'esperienza
piacevole da riscoprire.

Ciao amici Coop,
dopo tanti autorevoli personaggi toscani,
non poteva mancare il mio saluto, che sono
onorata di farvi.

Vi voglio ringraziare perché, come dico sempre nei video, ogni volta che varco la soglia di uno dei vostri supermercati mi sento accolta. Ognuno di voi è sempre molto gentile e disponibile. Come la prima volta che sono venuta a prendere i prodotti per i video: mi aggiravo nel reparto surgelati a caccia dei cibi del mio elenco, la scelta era davvero vasta e un addetto mi ha accompagnata in giro aiutandomi a trovare tutto! Non è davvero una cosa che capita tutti i giorni, in fondo lui era impegnato a riempire gli scaffali, non a farmi da baby-sitter tra i surgelati!

Poco tempo fa sono tornata con i miei bambini, sempre con me perché non era ancora iniziata la scuola, e ho capito attraverso i loro occhi tutto lo stupore e la meraviglia per la selezione incredibile di prodotti che avete nei vostri supermercati, e che chiunque la prima volta che entra in Coop nota. Troppo spesso io e molti come me, presi dagli impegni di ogni giorno, non ci concediamo un attimo per apprezzare tutto questo. Ecco, l'altro giorno mi sono presa il mio tempo e, insieme a loro, ho girovagato in cerca di quello che più ci piaceva, e posso dire senza ombra di dubbio che ci siamo divertiti e siamo tornati a casa con le buste piene di prodotti sani, gustosi e anche golosi!

Da oggi tornerò in Coop ogni volta con questo spirito giocoso, perché è giusto coccolarci nel nostro piccolo quando possiamo farlo.

Quindi grazie ragazzi e alla prossima!



Enrica Della Martira,
Chef.



Inquadra il QR Code
per fissare un appuntamento
con i colleghi dell'Ufficio
Paghe.

Questo mese parliamo dell'iniziativa “Stare insieme è una passeggiata!”



Una giornata ricca di sorrisi e belle
emozioni, dedicata a promuovere
uno stile di vita sano e rispettoso
dell'ambiente.

Domenica 17 settembre, in occasione della settimana europea dedicata alla mobilità sostenibile, si sono svolte quattro passeggiate esclusive e in contemporanea, dedicate a noi dipendenti di Unicoop Firenze.

È stata un'importante occasione per ritrovarci, assieme anche ai nostri familiari, alla scoperta di realtà uniche del nostro territorio promuovendo, grazie al piano MYWelfare, **stili di vita sani con attenzione all'ambiente in modo divertente.**

Con il supporto delle **guide Uisp** ci siamo potuti immergere in ambienti ancora incontaminati, come il **Parco naturale di Migliarino, San Rossore e Massaciuccoli** passeggiando a diretto contatto con la natura o lasciandoci travolgere dal fascino dei panorami delle colline nei pressi di Firenze, partecipando al percorso di **Cercina, Monte Morello.**

Ugualmente affascinanti le altre due proposte che hanno regalato inaspettate emozioni alla scoperta di **Monterappoli di Empoli** e nel percorrere le antiche mura della città di **Arezzo.**

Tutte e quattro le escursioni sono state vissute assieme ad associazioni del territorio legate alla **Fondazione Il Cuore si scioglie** e ci hanno permesso di conoscere in modo più diretto le realtà: **Associazione Talenti Autistici A.P.S. di Pisa, Cooperativa La Fonte, Cooperativa sociale Il Piccolo Principe e Associazione ToscanABILE.**

Che dire... alla prossima iniziativa!





EVENTI E MOMENTI



FONDAZIONE
IL CUORE SI SCIOGLE

La Fondazione Il Cuore si scioglie si racconta durante la mostra dei 50 anni di Unicoop Firenze.

Una festa nella festa, un pomeriggio di testimonianze, emozioni e progetti: lo scorso **30 settembre**, in occasione della **mostra dedicata al 50° della Cooperativa, alla Stazione Leopolda**, ha visto sul palco **la Fondazione Il Cuore si scioglie** con un racconto, per immagini e parole, delle tante iniziative in corso e in programma per il prossimo periodo.

L'incontro, che ha visto **in sala tante associazioni del territorio, colleghi dei punti vendita, delle sedi e Soci**, è stato l'occasione per fare un bilancio delle attività svolte negli ultimi anni e per rilanciare l'**impegno solidale** con i progetti di sempre e con nuove iniziative pensate per rispondere ai nuovi bisogni del territorio.

Fra i tanti progetti internazionali, nazionali e toscani, a portare sul palco la propria testimonianza, i rappresentanti della cooperativa Valle del Marro, nata in Calabria per il contrasto alle mafie e per la crescita di una cultura della legalità fin dall'infanzia; accanto a loro sul palco, la Fondazione San Gennaro che ha fatto rinascere il Rione Sanità a Napoli. Importante anche la testimonianza dei rappresentanti del progetto Casa Marta che, negli scorsi mesi, ha visto una grande partecipazione tra i colleghi.

Sul palco anche tanti dei progetti Pensati con Il Cuore attraverso i quali, con la modalità del crowdfunding, dal 2017 sono stati raccolti oltre 1,6 milioni di euro a favore di 111 associazioni del territorio. Inclusione sociale, disabilità, parità di genere e sostegno alla povertà. Tanti i temi toccati durante l'incontro che si è chiuso con un invito aperto a tutti a partecipare e a dare il proprio contributo, perché insieme, tutto è possibile. Tra i prossimi impegni **in calendario la partenza dei nuovi crowdfunding Pensati con il Cuore dal 16 ottobre**.

PER SAPERNE DI PIÙ

www.ilcuoresiscioglie.it - info@fondazioneilcuoresiscioglie.it
Pagina Facebook e Instagram [@ilcuoresiscioglie](https://www.instagram.com/ilcuoresiscioglie)



A cura del Gruppo
Redazionale dell'Ufficio
Comunicazione Interna
e Relazioni Risorse Umane.

Vuoi segnalarci una storia? Scrivici
ufficio.comunicazione.interna@unicoopfirenze.coop.it



oppure inquadra il QR Code.

Per noi che ci lavoriamo.

myunicoop.coopfirenze.it



Scarica l'App MYA